

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Setiap perusahaan diseluruh dunia akan melakukan berbagai macam kegiatan yang terencana untuk dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dan menjadi perusahaan yang semakin berkembang dalam bisnisnya. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu fokus tujuan utama dari perusahaan yang dapat terlihat dari harga pasar saham perusahaan tersebut.

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga nilai perusahaan dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan dapat berupa nilai aset dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan. Salah satu aset perusahaan yaitu saham yang merupakan surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh modal jangka panjang. Bagi perusahaan yang sudah go public, nilai perusahaan dapat ditentukan oleh harga saham yang tercantum

di Bursa Efek. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kinerjanya secara baik.

Menurut Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 yaitu, Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Bursa Efek Indonesia (BEI) atau Indonesia Stock Exchange (IDX) merupakan pasar modal atau wadah perdagangan saham (stock exchange) paling besar di Indonesia.

Ayu dan Sanica (2017) Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun

komisaris. Namun, dalam meningkatkan nilai perusahaan akan muncul masalah kepentingan antara agen (manajer) dan prinsipal (pemegang saham). Tidak jarang manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut agensi konflik, hal tersebut terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadinya sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan. Banyak faktor yang kemungkinan dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada suatu perusahaan. Diantaranya *good corporate governance*, *corporate sosial responsibility* dan ukuran perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Penelitian mengenai *good corporate governance* yang mempengaruhi nilai perusahaan dilakukan oleh Yusuf Badruddien et al (2017); menjelaskan jika GCG merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkatkan efisiensi ekonomis, yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksi, para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Semakin baik tata kelola perusahaan, semakin banyak investor tertarik pada saham perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Proksi GCG yang digunakan dalam penelitian ini adalah

mekanisme GCG yaitu komite audit, dewan komisaris dan komisaris independen. Komite audit diharapkan dapat mengurangi konflik agensi sehingga laporan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dapat dipercaya sehingga dapat membantu nilai perusahaan di mata investor.

Proksi GCG selanjutnya yaitu dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG. Sebagai penyelenggara pengendalian internal perusahaan, dewan komisaris yang efektif dapat meningkatkan standar kinerja manajemen dalam perusahaan sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Proksi GCG yang terakhir adalah komisaris Independen. Komisaris Independen dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen. Dengan adanya komisaris independen, maka akan dapat mengurangi konflik agensi dalam perusahaan sehingga dapat lebih berfokus dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dilakukan oleh Azka dan Suryono (2017); *Corporate social responsibility* merupakan tindakan etis suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya,

serta peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas. Adanya *corporate social responsibility* membuat perusahaan mampu meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan serta dapat bertindak sesuai dengan harapan masyarakat. manfaat adanya *Corporate Social Responsibility* dapat di gunakan perusahaan sebagai sarana marketing walaupun dengan pengorbanan financial yang berdampak dengan berkurangnya profit perusahaan, akan tetapi hal tersebut akan memacu citra perusahaan semakin baik dan loyalitas konsumen semakin baik pula. Hal ini lah yang membuat asumsi CSR berperan dalam mempengaruhi nilai perusahaan di mata konsumen dan berakibat langsung terhadap pendapatan/penjualan perusahaan (profitabilitas).

Penelitian mengenai ukuran perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dilakukan oleh Yusuf Badruddien et al (2017); Azka dan Suryono (2017); Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dalam total aktiva atau total penjualan bersih. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal dan eksternal. ukuran perusahaan (firm size) yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan, namun pada penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten antara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu diduga ada variabel yang memoderasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan. Menurut Sulistia dan Wahidahwati Sulistia (2017), Profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena masih sedikit penelitian yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang diduga berpengaruh secara moderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan *good corporate governance*, *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai pada oleh perusahaan disamping kinerja dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga pada akhirnya hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (harga saham tinggi) karena banyaknya permintaan investasi saham oleh para investor atas keputusan investasi di perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris faktor faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor faktor yang digunakan *adalah Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“PENGARUH GOOD CORPORATE**

**GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING** (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai perusahaan?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini digunakan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
6. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi pada umumnya, yaitu semoga dapat dijadikan referensi untuk menambahkan pengetahuan para akademisi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.



## 2. Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan semoga dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan factor faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

## 3. Bagi perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

## 4. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar

Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

## **E. Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam lima bab. Adapun garis besar isi dan kronologi penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II            TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang berisi tentang pengertian nilai perusahaan, *good corporate governance*, *corporate sosial responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, dan hipotesis penelitian.

## BAB III          METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, instrumen penelitian, serta pembahasan hasil analisis data.

## BAB IV          ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengumpulan data, analisis data, serta pembahasan hasil analisis data.

## BAB V            PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang dapat diberikan.